

competitiveness at the

FRONTIER

Juni 2008

tema :

**Tanggung Jawab Sosial
Perusahaan**

dalam edisi ini :

3 Sebuah Wawancara Dengan GE dan Citi
Dua perusahaan yang telah dikenal dengan kegiatan CSR-nya menawarkan masukan dan pembelajaran mereka.

5 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan:
Sebuah Konteks Indonesia
Kontroversi mengenai undang-undang berlanjut, namun perusahaan domestik dapat bercermin ke dalam dan luar negeri bagi contoh yang dapat ditiru.

7 Dari Pengawasan Hingga Kolaborasi
Menggunakan kemitraan untuk memastikan kepatuhan standar tempat kerja di Indonesia.

8 Bersiap Untuk Berbisnis
Permainan bisnis on-line mampu membantu mempersiapkan pelajar dalam membuat keputusan strategis yang nyata.

pesan editor

Judul publikasi ini, *Competitiveness at the Frontier*, jelas menggambarkan tujuannya: fokus pada tren-tren dan praktik-praktik terbaik di garis depan topik-topik terkait dengan daya saing. Maka, tema Tanggung Jawab Sosial Perusahaan – *Corporate Social Responsibility* (CSR) bulan ini awalnya mungkin tampak sebagai pilihan yang aneh. Kebanyakan orang sudah mengakui bahwa CSR merupakan upaya yang mulia, tetapi apakah hal tersebut benar-benar berarti dari sudut peningkatan kinerja perusahaan-perusahaan Indonesia di panggung dunia? Hal ini tergantung pada bagaimana perusahaan mendefinisikan CSR, apabila CSR hanya dipandang sebagai pelengkap untuk tujuan Humas, dampaknya pada daya saing secara keseluruhan mungkin tidak seberapa.

Tetapi perusahaan-perusahaan yang memiliki pandangan lebih maju mengenai tepatnya CSR bagi kegiatan-kegiatan bisnis inti mereka, mungkin akan menuai keuntungan yang lebih besar. Misalnya, jika perusahaan lokal yang berkoordinasi dengan para pembeli internasional untuk meningkatkan kinerja mereka di bidang keselamatan kerja, masalah-masalah lingkungan dan hak-hak pekerja dapat memastikan bahwa produk-produk mereka akan diterima secara internasional (lihat “Dari Penjagaan Hingga Kolaborasi” mulai dari halaman 7).

Suatu program CSR yang dirancang dengan baik dapat membangun basis konsumen dalam jangka panjang. Dalam wawancara kami dengan arsitek-arsitek program CSR yang memenangkan penghargaan di GE dan Citibank (halaman 3) terdapat gambaran program pendidikan keuangan Citi Indonesia di sekolah-sekolah Indonesia – tanda niat baik terhadap masyarakat, pastinya, juga berarti memastikan generasi berikutnya akan menghargai nilai layanan perbankan.

Akhirnya, artikel Edward Manik (“Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konteks Indonesia,” halaman 5) memandang CSR dalam konteks hukum dan regional, mencatat bahwa perusahaan-perusahaan Indonesia bukan hanya memiliki tanggung jawab hukum untuk dipenuhi, tetapi juga menghadapi persaingan dari negara-negara seperti China dan Thailand yang telah melembagakan pemberian label CSR untuk produk ekspor. Pesannya jelas: seperti dikemukakan oleh *Director of Country Corporate Affairs*, Ditta Amhorseya, “kewargaan usaha atau corporate citizenship berarti bisnis yang baik.” • CSW •

Tentang penulis

Edward Manik (“Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konteks Indonesia”) adalah Penasehat Hukum SENADA. Sebelumnya, beliau menjabat sebagai pengacara di firma hukum setempat dan juga pernah bekerja di Indonesian Bank Restructuring Agency (IBRA) • **Ben Otto** (“Dari Penjagaan Hingga Kolaborasi”) adalah seorang ilmuwan Amerika Fulbright di Indonesia yang bekerja sebagai penulis dan penyunting bagi beberapa publikasi di Jakarta. • **Endah Rahardjo** (“CSR di Kaltim Prima Coal: Pengalaman Sebuah Perusahaan”) adalah seorang spesialis perencanaan tata kota (urban planning) dengan pengalaman bekerja bagi sejumlah lembaga kemanusiaan di Indonesia. • **Mamat Rohimat** (“Bersiap Untuk Berbisnis”) adalah lulusan Magister Manajemen FE UI yang saat ini bekerja sebagai “Fund Manager” di salah satu perusahaan Investment Company. • **Andi M. Sadat** (Wawancara GE) adalah staf pengajar MMUI dan penulis buku *Brand Belief*.

Forum bulanan ini merupakan kerja sama antara Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia dan SENADA, sebuah proyek empat tahun dengan dana USAID untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan tenaga kerja terserap di Indonesia melalui peningkatan daya saing industri manufaktur ringan yang signifikan. Pandangan yang dimuat dalam forum ini tidak mencerminkan pandangan the United States Agency for International Development (USAID) maupun pemerintah Amerika Serikat.

Competitiveness at the Frontier menyambut surat-surat Anda serta memegang hak penyuntingan berdasarkan ukuran dan kejelasan isi tulisan. Kami membebankan imbalan yang pantas untuk artikel-artikel yang diterbitkan dan mengundang para penulis yang tertarik untuk menghubungi kami tentang kesempatan menulis. Hubungi Tim Komunikasi, SENADA – Tel: (62-21) 5793 2577; Fax: (62-21) 5793 2578; e-mail: senada@dai.com. Website: www.senada.or.id

surat pembaca

ISU REGIONAL

Pengamatan penulis, Baari La Inggi, dalam “Mendorong Keberhasilan Standar” [May 2008] bahwa para produsen tekstil dihadapkan dengan beragam standar dan terkadang bertolak belakang untuk dipenuhi memang benar, dan hal ini merupakan suatu masalah yang harus ditanggapi di seluruh sektor industri dan di tingkat regional.

Perdagangan terhambat ketika otoritas regulasi di berbagai negara menerapkan sistem yang berbeda untuk menilai apakah produk-produk impor tersebut sesuai dengan standar mereka. Para produsen Indonesia mungkin memiliki produk yang kualitasnya memadai untuk memenuhi standar atau memperoleh sertifikasi, tetapi di kawasan ASEAN, tempat bagi kebanyakan mitra dagang yang paling menjanjikan, mereka masih berulang kali menghadapi prosedur tes yang sama atau tidak konsisten. Untuk fasilitasi perdagangan, sungguh penting bagi seluruh negara ASEAN untuk pertama-tama menyesuaikan standar nasionalnya dengan berbagai standar internasional dan kemudian mengimplementasi suatu sistem dimana penilaian keseragaman dapat diakui bersama.

Ini merupakan tugas yang tengah dilaksanakan oleh ASEAN *Consultative Committee on Standards and Quality* (ACCSQ) Telah ada kemajuan substansial, dan standar-standar telah disesuaikan untuk 20 produk prioritas. Kami terus bekerja untuk Pengaturan Pengakuan Bersama atau *Mutual Recognition Arrangements* Negara-negara ASEAN telah menandatangani berbagai perjanjian yang terkait dengan produk listrik dan elektronik dan produk-produk kosmetik, dan sektor-sektor prioritasnya yaitu, farmasi, termasuk obat-obatan tradisional dan suplemen kesehatan. Upaya kami akan berlanjut hingga dekade berikut, dan akan mempromosikan perdagangan bebas di kawasan ASEAN dan di luar perbatasannya.

— Shirley Ramesh

Pejabat Senior, Sekretariat ASEAN

Competitiveness at the Frontier mengundang tulisan dan surat pembaca (melalui email: senada@dai.com) dan memiliki hak untuk menyunting guna pengaturan letak dan kejelasan isi

Sebuah Wawancara Dengan : GE dan Citi CSR Adalah Berbisnis Dengan Baik

Setiap tahun, Sekretaris Negara AS memberikan penghargaan Award for Corporate Excellence ke perusahaan Amerika yang berbisnis internasional, berdasarkan delapan kriteria yang mencakup kewargaan perusahaan baik atau good corporate citizenship, kontribusi terhadap pertumbuhan secara keseluruhan dan perkembangan ekonomi lokal, kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi, dan kriteria lain yang terkait dengan kondisi kerja, keselamatan, kepatuhan hukum, inovasi, dan praktik-praktik ramah lingkungan.

Pada tahun 2007, finalis penghargaan tersebut mencakup dua perusahaan Amerika yang berbisnis di Indonesia: Citi (untuk peningkatan program-program pendidikan dan penanggulangan bencananya) dan General Electric, yang akhirnya memenangkan penghargaan tersebut (bagi keteladanannya dalam upaya pemulihan pasca tsunami dan penekanannya pada ke-sukarelaan pegawai dan program-program pendidikan).

Untuk melihat apakah beragam kegiatan kedua perusahaan multinasional ini mengandung pembelajaran untuk perusahaan-perusahaan Indonesia, Competitiveness at the Frontier berbicara dengan pegawai yang mengawasi upaya-upaya tanggung jawab sosial perusahaan di kedua organisasi tersebut: di GE, Inggita Notosusanto, Manager Corporate Communications Southeast Asia, dan Ani. T. Rahardjo, Communications Manager; dan di Citi, Ditta Amhorseya, head of the Corporate Affairs office.

Apakah definisi "Corporate Social Responsibility" Anda?

INGGITA: Masalahnya kebanyakan orang memiliki persepsi CSR itu derma, padahal tidak demikian. Saya mau katakan disini

bahwa CSR bukanlah mengenai pengeluaran dana perusahaan tetapi mengenai cara perusahaan mendapatkan dana. Bagaimana demikian? Contohnya adalah ketika mereka bertanggung jawab dalam membayar gaji karyawan tepat waktu sesuai ketentuan yang berlaku. Atau bila produk yang dihasilkan mengandung racun, prosedurnya harus sesuai dengan *Environmental Management Plan and Environmental Monitoring Plan* (AMDAL). Apa gunanya berderma jika pada saat bersamaan perusahaan mence-

mari lingkungan atau melakukan berbagai pelanggaran.

DITTA: *Corporate citizenship* berarti berbisnis yang baik. CSR merupakan suatu elemen kerja perusahaan, tetapi saya yakin perusahaan harus mampu menunjukkan elemen-elemen lain dari kinerja perusahaan tersebut ketika mengatakan mereka memiliki *good corporate citizenship* yang bagus, baik dalam kinerja keuangan, baik dalam mempekerjakan yang terbaik, mempertahankan pegawai terbaik atau menyediakan pelatihan. Ini adalah bagian dari praktik bisnis kami. Terkadang orang-orang mengatakan pada saya bahwa perusahaan yang melakukan CSR menyembunyikan hal-hal buruk yang dilakukannya. Saya selalu bilang tidak, seharusnya itu menambah hal-hal baik yang kita lakukan.

Q: Bisa tolong jelaskan program Anda?

ANI: Kami memiliki enam elemen CSR yang saling mendukung di GE: kesehatan dan keselamatan lingkungan, kebijakan publik (dimana kerja kami menciptakan pengertian antara industri dan pemerintah), kepatuhan dan pemerintahan (dimana kami berbagi pengetahuan untuk membangun kapasitas komunitas), standar rantai produk dan pasokan (dimana kami jamin, misalnya, tidak ada pemasok kami menggunakan pekerja bawah umur), menilai dan mengembangkan pegawai-pegawai kami, dan keterlibatan komunitas. Yang terakhir adalah yang biasanya terpikir orang tentang CSR. Dengan keterlibatan komunitas, Yayasan GE memberikan sumbangan, terutama untuk pendidikan, seperti beasiswa penuh untuk mahasiswa universitas yang pandai. Kami juga menyisihkan sebagian anggaran GE di setiap unit usaha untuk program-program seperti proyek listrik, air bersih, perlengkapan medis, kemitraan dengan LSM, konservasi



Inggita Notosusanto, Manager Corporate Communications Southeast Asia GE (kanan) dan Ani T. Rahardjo, Communications Manager



Ditta Amhorseya, Head of Corporate Affairs di Citi Indonesia

◀ hutan, dll. Akhirnya, program keterlibatan komunitas kami mencakup Yayasan Relawan GE kami, yang mengatur pegawai GE yang terlibat dalam kegiatan-kegiatan komunitas.

DITTA: Prakarsa komunitas Citi Indonesia dijalankan dibawah program Citi “Peka”, yang berasal dari kata dalam Bahasa Indonesia “peduli” and “berkarya”. Program-program ini fokus pada pendidikan untuk generasi mendatang, membangun komunitas dan pengusaha, pendidikan keuangan, penanggulangan bencana alam, dan lingkungan. Kami menyediakan dana, melakukan kegiatan-kegiatan dalam kemitraan dengan organisasi-organisasi non-pemerintah (LSM) dan mendorong pegawai-pegawai Citi untuk menyumbangkan waktu mereka. Secara internasional, Citi terfokus pada bidang keseluruhan yang sama, tetapi di setiap negara, kami menyesuaikan program-program kami dengan kebutuhan lokal. Misalnya, kami mendukung pendidikan baik di Singapura dan di Indonesia, tetapi di Indonesia guru-guru SMA sangat membutuhkan bantuan, jadi kami fokus pada hal tersebut. Kebutuhannya mungkin berbeda di Singapura.

Q: Bagaimana kegiatan Anda terkait dengan kegiatan inti atau nilai-nilai bisnis Anda?

DITTA: Kami menyukai fokus pendidikan keuangan kami! Kami bangga sekali dengan program TV lima menit mingguan “uang Anda” dengan tips-tips dasar tentang urusan uang yang baru disetujui [oleh Citi Foundation yang menyetujui semua prakarsa program]. Dan kami memiliki penghargaan keuangan mikro Citibank yang sudah kami jalankan selama empat tahun, dimana kami mengakui pengusaha-pengusaha kecil yang telah sukses bangkit dari kemiskinan dengan memulai usaha kecil. Dan kemudian kami juga memiliki “*The Adventures of Agent Penny and Will Power*” [sebuah program tentang manajemen uang dan tabungan yang ditujukan bagi anak-anak kecil]. Jadi, kami membuat jejak kaki di bidang pendidikan keuangan serta pendanaan mikro – bidang-bidang yang terkait dengan bisnis inti kami.

INGGITA: Kembali lagi ke awal, bahwa GE tidak mungkin bisa bertumbuh selama 130 tahun dan dapat berkembang di 150 negara tanpa dukungan masyarakat. Intinya, untuk tumbuh tidak mungkin sendiri jadi harus sesuai slogan kami “*Growing Inclusively with the country*”, bukan eksklusif, besar sendiri, mati sendiri dan hilang sendiri. Jadi, kami menjadi mitra jangka panjang, asalkan harus saling menguntungkan dengan masyarakat tempat kita berada.

ANI: Untuk itu berbagai program kami harus benar-benar menyentuh dan memberdayakan masyarakat. Program pemberdayaan perempuan dan anak, pelatihan untuk para guru dan pelajar, isu-isu lingkungan hidup, peningkatan keterampilan adalah beberapa isu yang kami lakukan untuk merespon kebutuhan masyarakat dimana kami berada.

Q: Menurut Anda apakah kegiatan Anda mengandung pembelajaran bagi perusahaan-perusahaan Indonesia yang lebih kecil?

DITTA: Pertama-tama, saya harus mengatakan bahwa CSR tidak bisa hanya untuk perusahaan besar saja. Perusahaan-perusahaan kecil dan menengah juga bisa memulai program CSR. Karena bukan jumlah uang yang menjadi masalah, tetapi komitmennya. Banyak orang yang mengatakan, “Citibank memiliki dana, karenanya sanggup melakukan ini semua” dan saya bilang “sebenarnya tidak begitu, bukan jumlah uang yang Anda habiskan, tetapi bagaimana Anda menghabiskannya.

Pelajaran kedua, selalu bagus untuk memiliki mitra LSM. Karena menurut saya perusahaan tidak dapat melakukan semuanya. Pengetahuan LSM itu berbeda, mereka bersemangat. Jika Anda bermitra dengan LSM, Anda bisa belajar dari mereka dan juga membantu LSM tersebut membangun kapasitas mereka.

Yang ketiga, pertahankan kegiatan dan mitra Anda untuk waktu yang lama. Setidaknya lima tahun. Orang-orang terus berbicara tentang pengukuran dan dampak; itu satu-satunya cara Anda bisa belajar, dengan mengukur hasilnya. Tidak mungkin Anda dapat mengukur dampak setelah satu tahun. Tentu saja, kita bisa memberikan donasi ke, misalnya, dana guru, tetapi apa hasilnya yang langsung? Salah satu program kami untuk guru SMA telah berjalan selama enam tahun, dan sekarang kami punya newsletter. Sekarang kami bisa berbagi informasi, kami tahu siapa yang baru mendapatkan promosi, kami punya testimoni. Tetapi ini setelah enam tahun.

Saya rasa unsur yang lain adalah mendorong dan mengelola relawan. Jika perusahaan memberikan kesempatan kepada dua orang pegawai saja untuk menjadi relawan, bayangkan dampaknya yang bisa berlipat ganda! Karena setiap orang memiliki hati yang ikhlas. Orang-orang mungkin tidak tahu bagaimana cara melakukannya, tidak ada budaya relawan di Indonesia. Tetapi lihat pengalaman kami dengan Palang Merah setelah tsunami. [Setelah tsunami tahun 2004, pegawai-pegawai Citi menjadi relawan di kantor pusat Palang Merah di Jakarta dimana mereka bekerja selama tiga bulan, setiap hari dari jam 4 sore hingga tengah malam, dalam dua tahap dinas, menjaga telepon, menyediakan komunikasi berbahasa Inggris, mengelola situs, menyortir pakaian sumbangan, dll.] Upaya ini berhasil karena mereka mendapatkan instruksi jelas yang menyebutkan apa yang mereka lakukan, peran yang jelas dimana mereka bisa memilih kegiatan, atau bertukaran.

Banyak kelompok relawan seperti Asosiasi Perempuan Jepang yang mengelola upaya relawan – kami harus menjadwalkan waktu kami di sekolah-sekolah seputar waktu kelompok-kelompok relawan lainnya. Ini seharusnya memberi tahu Anda sesuatu: jika organisasi kecil ini dapat melakukannya, perusahaan kecilpun sanggup.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konteks Indonesia

Kontroversi mengenai undang-undang berlanjut, namun perusahaan domestik dapat bercermin ke dalam dan luar negeri bagi contoh yang dapat ditiru.

Kontroversi atas dimasukkannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dalam ketentuan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), masih terus berlangsung. Kubu pengusaha sangat berkeberatan dimasukkannya ketentuan CSR sebagai kewajiban perusahaan. Hal ini diatur dalam Pasal 74 ayat (1) UUPT yang secara tegas menyatakan: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan."

Awalnya kewajiban CSR diberlakukan untuk seluruh perseroan tanpa terkecuali, namun dalam proses pengesahan Rancangan Undang Undang No 40 Tahun 2007, timbul berbagai protes dari pihak pengusaha agar kiranya CSR tidak diberlakukan secara menyeluruh. DPR akhirnya menetapkan bahwa kewajiban tersebut hanya diberlakukan terhadap perusahaan yang banyak memanfaatkan sumber daya alam seperti perusahaan tambang, minyak, gas, dan bisnis dibidang perkebunan. Tekanan tersebut ternyata tidak berhenti sampai disini.

Wakil Ketua KADIN Haryadi Sukamdani bahkan menyatakan CSR harusnya tidak ditentukan sebagai suatu kewajiban namun harus bersifat sukarela. Alasannya adalah mengingat bahwa perusahaan terlebih dahulu "dipaksa" untuk memenuhi kewajiban formalnya seperti pajak, ijin gang-

guan dan adanya Analisa Dampak lingkungan Hidup (AMDAL). Lebih lanjut ia mempertanyakan apakah tepat mewajibkan perusahaan yang baru saja memulai usahanya atau perusahaan yang sedang merugi untuk dipaksakan melakukan CSR?

Dari perspektif hukum CSR sebenarnya tidak hanya merupakan suatu langkah untuk meminimalisir dampak suatu industri terhadap masyarakat sekitar maupun, lingkungan, namun merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap seluruh pemegang kepentingan (*stakeholders*). Konsep CSR sendiri adalah berakar dari Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*), dimana hal ini dimulai dari penerapan aspek kepatuhan atas norma-norma hukum (*norm*), kemudian meningkat menjadi aturan pelaksanaan (*code of conduct*) yang lebih menekankan etika maupun perilaku dalam kegiatan usaha, dan berkembang menjadi suatu bentuk kepedulian dari pelaku usaha dalam rangka membina hubungan yang baik dengan para pemegang kepentingan. (Reksodiputro, 2006).

Sesungguhnya teori dan konsep CSR sebagaimana yang kita kenal saat ini sebagian besar dirumuskan oleh ilmuwan dan pemimpin bisnis seperti Archie B Carroll ataupun John Elington, yang merintis konsep "*Triple Bottom Line*," (kemakmuran ekonomi, mutu lingkungan dan kesetaraan sosial) setelah *Earth Summit* di Rio De Janeiro pada tahun 1992. ▶

CSR di Kaltim Prima Coal: Pengalaman Sebuah Perusahaan

CSR yang memusatkan diri pada pengembangan masyarakat sekitar telah menjadi bagian dari kegiatan usaha perusahaan pertambangan Kaltim Prima Coal (KPC) sejak berdirinya pada tahun 1992. Penelitian yang seksama melandasi seluruh program CSR mereka, dan studi-studi tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 80 persen pendapatan lokal di Kutai Timor, yang merupakan basis operasi KPC, merupakan hasil kegiatan pertambangan. Oleh karena itu, program-program KPC mencakup kegiatan-kegiatan seperti mengajarkan para petani untuk menggunakan lahan yang telah dibebaskan setelah kegiatan pertambangan dihentikan, untuk tujuan seperti menanam patchouli atau nilam untuk memproduksi laba panen minyak nilam. Survei-survei KPC yang lain telah meneliti langkah-langkah yang dapat diambil oleh KPC untuk membantu para petani, nelayan, bisnis dan lain-lain di dalam komunitas untuk memperluas pasaran mereka.

Walaupun upaya ini, program-program KPC tetap menghadapi tantangan-tantangan. Studi KPC tahun 2005 terhadap lebih dari 2000 warga lokal menunjukkan bahwa 75 persen komunitas memandang berbagai upaya pembangunan sebagai tanggung jawab KPC semata – bukan sebagai upaya bersama. Selain itu, sebagai suatu perusahaan yang terlibat di suatu industri yang terpendang, KPC menarik cukup banyak kritik dari LSM lokal, yang terkadang mendorong berbagai kegiatan CSR yang tidak selalu sejalan dengan model bisnis KPC.

Tetapi KPC memiliki visi yang jelas mengenai cara menjunjung misi CSR mereka. Ujar Hery (last name), kepala *Corporate Affairs* di KPC, "Tantangannya adalah memberikan pemahaman tentang pembangunan, dan bahwa pembangunan merupakan suatu proses panjang yang harus ditempuh dan dicapai bersama-sama dan merupakan tanggung jawab bersama, bukan hanya tanggung jawab perusahaan saja."

— Dilaporkan oleh Endah Raharjo

◀ Dalam konteks lingkungan hidup, Indonesia harus dapat berkaca kepada negara tetangga seperti Thailand, dan China. Kedua negara ini telah mewajibkan produk ekspornya berlabel CSR, dan apabila produk tersebut tidak bersertifikat CSR atau ternyata perusahaan tersebut menggunakan bahan baku yang merusak lingkungan, produk tersebut dapat ditolak oleh para pembelinya. Hal yang sama juga berlaku di Inggris dan Belanda, dimana CSR sudah diwajibkan oleh otoritas Pasar Modal.

Di Indonesia, Perusahaan multinasional sebagai *buyer* dapat berperan aktif untuk meningkatkan CSR melalui pola kerja sama dengan para pemasok maupun produsernya. Kongkritnya dengan melibatkan perusahaan multinasional dalam peningkatan kualitas produksi ramah lingkungan, sebagaimana program yang saat ini sedang dilaksanakan oleh GPI dan Eco Exotic.

Penerapan program CSR dari Medco dibawah ini dapat menjadi bahan perbandingan bagi yang lain. Berawal

dari keprihatinan akan ketertinggalan pola pertanian pangan nasional, Arifin Panigoro salah satu pemilik Grup Energi Medco dan Dewan Penasihat Medco *foundation* merancang program CSR untuk membina petani. Polanya adalah melalui pendampingan terhadap petani lokal dalam pengolahan lahan sampai menghasilkan beras organik dan menampung hasil panennya. Program ini berhasil meningkatkan produktifitas sawah di lahan gambut sejuta hektar di Kalimantan Tengah dari 2,5 juta ton gabah kering giling per hektar menjadi 5 juta ton gabah kering giling perhektar.

Dalam program ini Medco juga terlibat dalam merekrut dan melatih petani yang belum berpengalaman untuk dididik mengembangkan sawah organik. Untuk itu mereka akan mendapatkan gaji dan jenjang karir yang terus meningkat sesuai kemampuannya. Selain itu Medco juga melakukan investasi di bidang teknologi modern berupa penggunaan mesin yang dapat memisahkan bulir padi dari tangkainya. Dari program modernisasi di bidang teknologi

modern ini saja terjadi peningkatan hasil panen sebesar 30%. (Kompas, 25/4/2008).

Proyek lain adalah pengembangan komoditi jagung yang dilakukan oleh PT.Sierad Produce Tbk. Perusahaan membantu mengokohkan hubungan para petani jagung produser pakan ternak terhadap rantai nilainya. Caranya adalah dengan membangun hubungan antara para pemasok, mengembangkan pengetahuan petani tentang harga-harga dan membantu mereka meningkatkan mutu, juga menyediakan bantuan teknis tentang ekspor.

Kesimpulannya, di satu sisi CSR dapat saja dilihat sebagai sebuah konsep kedermawanan, pada sisi lain dapat dilihat sebagai sebuah cara untuk meningkatkan kinerja bisnis. Melalui kepedulian terhadap komunitas dan komitmen yang mendalam, hasil substansial akan diperoleh.

— Edward Manik

BERITA juni '08

Resesi global telah mengakibatkan pukulan keras bagi sejumlah perusahaan tekstil dan garmen di Depok. Permintaan yang jauh menurun membuat perusahaan-perusahaan menghadapi masalah keuangan serius yang memaksa mereka memberhentikan ribuan pekerja. (*Media Indonesia*, 03/05)

Pengusaha mebel di Kendari, Sulawesi Utara menghadapi kelangkaan bahan kayu jati, sehingga mengakibatkan harga beberapa jenis mebel rumah tangga naik, seperti lemari pakaian dan ranjang. (*Bisnis Indonesia*, 06/05)

Indonesia mungkin hendak mengembalikan pengaruhnya di pasar Eropa dengan mengadakan expo perdagangan Indonesia yang gemerlap di jantung hati Eropa minggu ini. Pemerintah Indonesia menyelenggarakan "1st Indonesian Expo in Central and East Europe (IECEE)" dari 7 – 10 Mei di ibukota Polandia, Warsawa. (*The Jakarta Post*, 07/05)

Sektor bisnis berencana menaikkan harga produk manufaktur sebesar 5-7%, sesuai dengan rencana pemerintah untuk menaikkan harga bahan bakar subsidi hingga 30% di bulan Juni. (*Investor Daily*, 08/05)

Dengan bantuan dari Indonesian Eco-labeling Institute (LEI) dan Uni Eropa, pemerintah mengembangkan sebuah badan eksekutif dibawah Kementerian Kehutanan untuk bertanggung jawab atas sertifikasi produk kayu dan sistem produksi yang berkelanjutan. (*The Jakarta Post*, 15/05)

Asosiasi Persepatuan Indonesia (APRISINDO) akan menaikkan harga sebesar 7% sesuai dengan rencana pemerintah untuk menaikkan harga bahan bakar sebesar 30%. (*Kontan*, 16/05)

Pemerintah Cina telah mengeluarkan obligasi sebesar US\$80 milyar untuk membantu mendanai 174 investasi penanam modal China di Indonesia. Para investor akan berkonsentrasi pada otomotif, mesin, elektronik, agro industri, kehutanan, bahan kimia, pertambangan dan gas. (*Investor Daily*, 16/05)

Produsen tekstil dan garmen domestik (TPT) sudah mulai pindah dari pasar AS ke pasar Uni Eropa dan Jepang karena resesi ekonomi di AS yang telah memotong jumlah permintaan sebesar 30%. (*Bisnis Indonesia*, 21/05)

Dari Pengawasan Hingga Kolaborasi

Menggunakan kemitraan untuk memastikan kepatuhan standar Tempat kerja di Indonesia

Suatu tren yang timbul di kalangan perusahaan multinasional di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, adalah untuk memastikan kepatuhan pemasok terhadap standar-standar tempat kerja dengan cara yang tidak tampak bagi pengawasan yang antagonis oleh para vendor, tetapi justru kemitraan yang saling menguntungkan para pihak.

Perusahaan-perusahaan seperti Adidas Group dan Gap Inc., merupakan di antara yang pertama secara global melaksanakan kode perilaku tempat kerja dan pemenuhan (kepatuhan) harapan bagi pemasok di tahun 1990an, keduanya mengatakan bahwa upaya-upaya mereka di Indonesia sudah berkembang selama dekade terakhir. “Dulu program kami kebanyakan masih terfokus pada audit kepatuhan dan tindakan korektif,” kata Harry Nurmansyah, Manager Regional Asia Barat untuk badan kepatuhan sosial dan lingkungan Adidas.

“Prinsip yang berusaha kami ikuti sekarang adalah bermitra dengan pemasok untuk melaksanakan standar tempat kerja kami di perusahaan mereka. Ini berarti lebih dari sekedar program-program pemantauan sederhana seperti audit dan rencana perbaikan, menjadi pengembangan program-program pelatihan untuk para pemasok dan mempromosikan kesehatan dan keselamatan pegawai, serta pelestarian lingkungan.”

Pendekatan perusahaan tersebut berubah di tahun 2005 ketika gagasan “kepatuhan yang berkelanjutan” mengakibatkan pengenalan proyek-proyek peningkatan kapasitas untuk memban-

tu para pemasok memenuhi standar di tempat kerja. “Ini bergeser dari pendekatan kepatuhan yang lama dari ‘pengawasan’ menjadi penekanan atas pentingnya menanamkan nilai-nilai perusahaan pada seluruh rantai pasokan,” katanya. Perusahaan memodifikasi alat-alat auditnya dan memulai serangkaian dialog para pemegang kepentingan untuk mengembangkan berbagai program pelatihan dan prakarsa lainnya untuk memberikan manfaat bagi para pekerja pabrik dan komunitas yang beranggotakan sekitar 50 pemasok.

Gap, dengan sekitar 100 pabrik kontrak dan 24 staf penuh waktu di Indonesia, juga mengatakan bahwa hubungan penegakan antara vendor dan pemasok kini diganti dengan dialog—dan program-program hasil—tentang bagaimana *good corporate governance* dapat menguntungkan semua pihak.

“Kolaborasi adalah keharusan,” ujar juru bicara Gap, Michelle Swanson. “Kami masih terus memantau, tetapi upaya-upaya kami sekarang cenderung terfokus pada penemuan bidang-bidang yang bisa ditingkatkan ketimbang penjagaan.” Hasilnya tidak dituai dalam semalam,” imbuhnya, tetapi ada pergeseran perspektif di kalangan perusahaan pemasok sudah mulai timbul. “Butuh waktu sebelum vendor menyadari bahwa kepatuhan terhadap (aturan kami) bukan hanya diharapkan agar mereka dapat bekerja dengan kami, tetapi itu juga bermanfaat bagi para pekerja pabrik.”

“Seiring dengan perkembangan program dan semakin nyamannya vendor

dengan aturan kami, kami mulai melihat para vendor yang bertanggung jawab atas kepatuhan pabriknya. Beberapa vendor sekarang telah memiliki sistem memantau kepatuhan mereka sendiri.”

“Keterlibatan pemegang kepentingan,” kata Nurmansyah, “adalah salah satu kuncinya. Kami terlibat dengan lembaga-lembaga pemerintah, bisnis, akademisi, dan serikat buruh untuk terus mengembangkan dan membentuk program kami.” Dialog-dialog tersebut telah menghasilkan program-program yang dirancang khusus sesuai dengan situasi dan kebutuhan suatu negara—atau pabrik.

“Prakarsa tanggung jawab sosial perusahaan harus berbeda sesuai keadaan setiap negara. Misalnya, di Vietnam kami memiliki sebuah proyek komunitas yang terfokus pada pendidikan kesehatan dan HIV/AIDS, sementara di Indonesia tahun ini kami memiliki proyek tentang koperasi pekerja.”

Tahun lalu di Indonesia, Adidas juga melaksanakan pelatihan bagi pemasok tentang komunikasi internal, keselamatan, kebersihan industri, serta lokakarya untuk para pelatih yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan pemasok untuk merancang dan menjalankan program pelatihan mereka sendiri.

Sama halnya, Gap merancang program-program sesuai dengan kebutuhan pemasok, dengan prakarsa terbaru di Indonesia yang terfokus pada pengelolaan air limbah, pelatihan tim oleh federasi pekerja internasional ITGLWF, pelatihan pemasok & pabrik ▶

◀ oleh lembaga pengawas pekerja nir-laba Verité, dan prakarsa masyarakat seperti penanggulangan tsunami di Aceh.

Sangsi untuk perusahaan pemasok yang melanggar standar-standar di tempat kerja tetap sama di kedua perusahaan. Pabrik-pabrik yang kurang memenuhi standar akan dikenakan tindakan pendisiplinan, atau sama sekali tidak digunakan lagi. Pada tahun 2003, Gap mengakhiri kontrak dengan 130 pemasok di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Namun, untuk menghindari hal tersebut, satu perubahan kunci di Indonesia mungkin terdapat dalam berkembangnya pemahaman *corporate governance* di kalangan pemegang kepentingan. “Di Indonesia, tanggung jawab social umumnya dipahami sebagai derma perusahaan,” bukan upaya pekerja, masyarakat, dan lingkungan, kata Swanson.

Kedua perusahaan memberi indikasi bahwa hal ini juga akan berkembang seiring jalannya waktu, karena para pemegang kepentingan melihat

jenis prakarsa yang diambil oleh dan untuk perusahaan pemasok. “Semua upaya ini ditujukan untuk membantu pemasok-pemasok kami menanamkan nilai-nilai pekerja dan masyarakat didalam perusahaan mereka dan menciptakan sebuah pendekatan berkelanjutan untuk program-program kepatuhan mereka,” kata Nurmansyah.

“Tidak semua pemasok memiliki kapasitas yang sama, jadi akan membutuhkan waktu untuk sepenuhnya melaksanakan perubahan.”

— Ben Otto

INOVASI: Bersiap Untuk Berbisnis

Permainan bisnis *on-line* mampu membantu mempersiapkan pelajar dalam membuat keputusan strategis yang nyata.

Institusi pendidikan saat ini masih biasa “dikambinghitamkan” belum mampu menyediakan lulusan yang “siap pakai” di dunia kerja. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- 1) Kurikulum pendidikan yang tidak sesuai dengan kebutuhan (*demand*) dunia bisnis.
- 2) Pengajar seringkali belum pernah bekerja di dunia bisnis secara langsung sehingga ilmu yang diberikan kepada mahasiswa masih bersifat teoritis dan belum “membumi”. Akibatnya, mahasiswa sulit menerjemahkan ilmu yang diperoleh di kampusnya dalam dunia kerja.
- 3) Sistem pengajaran tidak membentuk keahlian-keahlian yang sangat diperlukan di dunia kerja seperti kemampuan presentasi, kemampuan berinteraksi atau interpersonal *skill*, kemampuan bahasa inggris, kemampuan komputer, kemampuan kepemimpinan, dan lain-lain.

On-line business simulation game adalah suatu permainan simulasi bisnis

yang dijalankan secara *on-line* dengan tujuan memberikan “jembatan” kepada mahasiswa dan umum untuk mempelajari dunia bisnis secara lebih nyata. Permainan ini dirancang sedemikian rupa sehingga mampu menggambarkan dunia bisnis yang sesungguhnya di lapangan.

Dengan mengikuti *on-line* business simulation game, peserta dapat belajar tentang berbagai kegiatan dan fungsi yang biasa dihadapi perusahaan antara lain: pengembangan produk, keputusan investasi, riset dan pengembangan, manajemen strategi, keputusan pemilihan saluran distribusi, keputusan pemilihan strategi komunikasi pemasaran, keputusan pendanaan, dan lain-lain. Dengan mengikuti permainan tersebut, peserta bisa melihat pengaruh dari keputusan yang diambil terhadap kinerja perusahaan yang dikelolanya. Kinerja perusahaan tersebut biasanya diukur dengan peningkatan *share price index (SPI)* atau juga dengan indikator keuangan lain seperti *Economic Value*

Added (EVA), *Return On Investment*, *Residual Income (RI)*, dan lain-lain.

Keuntungan yang diperoleh bagi perusahaan adalah memperoleh calon karyawan yang mengerti dunia bisnis secara nyata tanpa harus berekseperimen dalam mengambil keputusan yang menimbulkan biaya besar. Adapun bagi peserta, mereka memperoleh pengalaman dalam keputusan bisnis tanpa harus takut kehilangan uang yang harus ditanggung jika ternyata mengambil keputusan yang salah.

Kita dapat mencoba *on-line* business simulation game antara lain: L’Oreal e-Strat Challenge (www.e-strat.loreal.com), The Business Strategy Game (www.bsg-online.com), JA Titan (<http://titan.ja.org/>), dan Virtual Business World (www.marketplace6.com/minidex.php). Petualangan bisnis selanjutnya berada dalam jangkauan tangan Anda. Selamat mencoba.

— Mamat Rohimat

AGENDA KEGIATAN

Fifth Indonesia Cellular Show

Jakarta Convention Center Assembly Hall 1, 2 dan 3, Jakarta
11-15 Juni

Diselenggarakan oleh ATSI (Asosiasi Telepon Selular Indonesia). *One-stop shop* dengan semua merek selular kelas dunia dan menjadi tolok ukur pertumbuhan dalam industri telekomunikasi Indonesia. <http://www.dyandra.com/content.php?go=scompany>

Interior & Craft Exhibition (ICRA) 2008

Jakarta Convention Center, Hall A dan B, Jakarta
18-22 Juni

Dengan tema "Kerajinan Asli Indonesia untuk Dunia," ICRA 2008 dirancang agar menarik, inovatif, komunikatif dan edukatif, dengan menyoroti keragaman produk-produk kerajinan bermutu yang terbaik dari Indonesia, diproduksi oleh pekerja kerajinan Indonesia yang kreatif dan terampil. <http://www.debindo.com/icra2008/>

Grand Wedding Expo

Jakarta Convention Center, Assembly Hall 1, 2 dan 3, Jakarta
20-22 Juni

Wedding expo yang paling ramai dikunjungi, paling banyak menghasilkan usaha di Indonesia dengan kesempatan untuk membawa produk langsung ke konsumen dan meningkatkan liputan media. <http://www.jcc.co.id/>

Sixth BOBO Fair

Jakarta Convention Center, Hall 1, 2 dan 3, Jakarta.
25-29 Juni

Pasokan penting untuk anak-anak, termasuk mainan, buku, produk pendidikan, busana dan aksesoris anak-anak yang juga dilengkapi dengan kegiatan-kegiatan khusus untuk anak-anak. <http://bataviaexpo.blogspot.com/2008/06/bobo-fair.html>

Jakarta Furniture Fair

Jakarta Convention Center Exhibition Hall A dan B, Jakarta.
28 Juni-6 Juli

Pameran mebel yang terkini, fungsional, menarik dan paling bermutu di Indonesia dengan serangkaian produk beragam yang mencakup meja, meja kerja, kursi, ranjang, lemari, kursi panjang, mebel untuk di luar ruangan, dan aksesoris rumah. <http://www.ptmediatama.com/englishversion/jakartafurniturefair/maineventinfo.html>

Indonesian Packaging Exhibition

Jakarta International Expo, Jakarta.
6-9 Agustus

Hanya untuk profesi perdagangan, tidak terbuka untuk umum. Profil peserta pameran mencakup *casing*, pembubuhan kode dan tanda pada peralatan, daur ulang pengemasan teknologi yang ramah lingkungan, logistik (teknologi penyimpanan), dan lain-lain. <http://www.indopack.net/Content/Default.asp>

CommunicAsia

Singapore Expo, Singapore.
17-20 Juni

Acara Komunikasi dan Teknologi Informasi Asia yang paling mapan dan komprehensif. Meliputi seluruh spektrum industri ICT, CommunicAsia berfokus pada Komunikasi Broadband, Solusi Perusahaan, Teknologi dan Solusi *Mobile*, Solusi Jaringan, Teknologi Satelit, Kartu Aman & *Smart*. <http://www.biztradeshows.com/trade-events/communic-asia.html>

LEBIH LANJUT

www.ibl.or.id *Indonesia Business Links* (IBL) adalah yayasan nirlaba yang didirikan setelah krisis ekonomi di Indonesia. Tujuan utama organisasi tersebut adalah berkontribusi pada terciptanya praktik bisnis yang sehat dan etis di Indonesia. Situs ini mencakup informasi tentang alat-alat *benchmarking* (penetapan tolok ukur) untuk kewargaan usaha atau *corporate citizenship*, pelatihan tentang CSR, dan lain-lain.

www.unglobalcompact.org Global Compact adalah suatu kerangka kerja untuk bisnis-bisnis yang berkomitmen menyelaraskan operasi dan strategi mereka dengan sepuluh prinsip universal di bidang hak-hak azazi manusia, perburuhan, lingkungan, dan anti-korupsi. Situs ini mencakup berita terkini dan kumpulan data atau *database* yang bisa dicari per negara untuk hak azazi manusia, lingkungan, perburuhan dan korupsi.

www.iied.org/SM/CR/documents/CSRandSMEs.pdf Upaya-upaya CSR cukup mudah dilakukan jika perusahaan Anda besar, tapi bagaimana dengan yang kecil? Makalah ini menjajaki bagaimana agenda CSR bisa dibuat lebih relevan bagi UKM.

www.sa-intl.org/ *Social Accountability International* (SAI) membantu perusahaan-perusahaan mencapai kepatuhan sukarela terhadap standar-standar etika internasional untuk manajemen rantai pasokan. SAI adalah *developer* SA8000, sistem komprehensif untuk mengelola kondisi tempat kerja yang etis melalui rantai pasokan global.

www.thecsrgroup.com/cblog/ CSR Group LLC adalah firma konsultan dan komunikasi yang bekerja dengan bisnis dan organisasi untuk menanggapi isu-isu tanggung jawab social perusahaan. *Blog* perusahaan mereka menawarkan banyak *link* ke artikel-artikel berita tentang tanggung jawab social perusahaan.

SEKILAS:



SENADA dan Para Mitranya Meluncurkan QSEAL

Meriah dan dengan dihadiri oleh sekitar 200 pengunjung, SENADA dan para mitranya dalam program (SOI, Sentra Otomotif Indonesia; IATO, Ikatan Ahli Teknik Otomotif, dan ASBEKINDO, Asosiasi Bengkel Kendaraan Indonesia (AS-BEKINDO)) secara resmi meluncurkan tanda kualitas QSEAL pada tanggal 7 Mei di Hotel Le Meridien di Jakarta. QSEAL adalah seperangkat standar kualitas yang ditujukan pada pasar menengah untuk penjualan suku cadang non-orisinal pada kendaraan roda dua dan empat. QSEAL dirancang untuk meningkatkan kualitas manufaktur suku cadang kendaraan dan menyediakan batu pijakan untuk perusahaan-perusahaan yang tertarik untuk mencapai standar-standar OEM (manufaktur suku cadang orisinal) penuh. Acara tersebut meliputi kata pengantar dari Deputy Mission Director USAID Robert Cunnane dan Menteri Perindustrian, Fahmi Idris, dimana keduanya menekankan peran utama yang dimainkan oleh peningkatan mutu dalam meningkatkan daya saing Indonesia. Beberapa testimoni diberikan oleh perwakilan dari PT Cipta Kreasi Muda dan PT Fuboru Indonesia yang menjelaskan mengapa mereka mengikuti program QSEAL, dan sebagai puncak acara, sebuah kontrak simbolis ditandatangani oleh kedua perusahaan tersebut.



Tiga Hibah Dana Inovasi Bisnis Berakhir Dengan Sukses

Dana Inovasi Bisnis SENADA menawarkan hibah jangka pendek, berdampak besar bagi proyek-proyek inovatif yang memiliki potensi dampak besar pada rantai nilai yang menjadi fokus SENADA (perlengkapan, aksesoris rumah, garmen, alas kaki, dan suku cadang kendaraan). Tiga hibah yang dimulai pada bulan November 2007 berakhir pada akhir bulan April 2008, semua dinilai dengan pencapaian yang baik. Yang pertama, hibah sebesar Rp. 224 juta untuk perusahaan konsultan Servitama, memungkinkan Servitama bekerja dengan lima UKM Indonesia untuk meningkatkan kemampuan pemecahan masalah mereka. Berbagai perusahaan yang berpartisipasi mengembangkan solusi alternatif, meningkatkan produktifitas pekerja, dan meningkatkan kualitas produk. Hibah kedua, sekitar Rp 202 juta, diberikan kepada Ikatan Ahli Teknik Otomotif untuk mengembangkan suatu portal dimana para pemegang kepentingan industri suku cadang kendaraan dan masyarakat umum bisa mengakses literatur tentang standar-standar otomotif dan sertifikasi. Perpustakaan elektronik ini sudah berjalan (www.iato-indonesia.com/elibrary) dengan lebih dari 200 dokumen yang tersedia untuk pengguna. Hibah ketiga diberikan kepada UNDIP, Institut Penelitian di Universitas Diponegoro, untuk mengembangkan *standard operating procedures* (SOP), kendali mutu dan sertifikasi untuk produksi rem oleh perusahaan-perusahaan pandai besi UKM. Suatu SOP dan manual lokakarya telah diproduksi dan mencakup spesifikasi teknis dan kendali mutu. Lokakarya yang memperkenalkan SOP tersebut dihadiri oleh sejumlah produsen rem UKM. Ketiga hibah BIF tersebut adalah bagian dari serangkaian hibah inovasi bisnis yang sekarang tengah dilaksanakan melalui SENADA.



GALERI FOTO SENADA

ATAS: (Ki - Ka) USAID *Deputy Mission Director* Robert Cunnane, Menteri Perindustrian Fahmi Idris, dan Ketua IATO Hasiholan Sidabutar menunjuk ke logo QSEAL pada acara peluncuran 7 Mei. TENGAH: (Ki - Ka) Program Direktur Manajemen SENADA Caesar Layton, peserta pelatihan, dan representatif Servitama, Pak Riptono pada acara *Servitama problem-solving workshop*. BAWAH: SENADA *Senior Industry Advisor*, Jason Bohoney pada acara perpisahannya.